

УДК 338.1(476)

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ В РЕГИОНАЛЬНОМ АСПЕКТЕ**

М.А. Сковорода, О.В. Карпович, 3курс

*Научный руководитель – М.Н. Шинкевич, преподаватель
Барановичский государственный университет*

Потребительский рынок – одна из важнейших социально–экономических подсистем общества, главное предназначение которой состоит в поддержании равновесия между производством и потреблением, спросом и товарным предложением и удовлетворением на этой основе материальных, духовных и социальных потребностей населения. Следовательно, именно здесь реализуются повседневные потребности населения, уровень удовлетворения которых, в конечном счете, опреде-

ляют эффективность функционирования экономики в целом. В этом и заключается актуальность данной темы в наше время [2, с. 62].

В Беларуси розничный товарооборот торговых организаций 2011 года вырос на 13% и составил Br109,7 трлн, товарооборот рынков и торговых центров увеличился на 7,1%, до Br26,2 трлн. Розничный товарооборот через все каналы реализации в январе–сентябре 2013 года увеличился в сопоставимых ценах на 11,8% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года и составил Br135,9 трлн.

Доля продаж товаров отечественного производства торговыми организациями, в объеме их розничного товарооборота, составила 74,9%, в том числе продовольственных товаров, напитков и табачных изделий – 84,5%, непродовольственных – 61,7%.

Удельный вес пищевых продуктов, напитков и табачных изделий в структуре общего объема розничного товарооборота составил 49,4%. Всего за январь–сентябрь 2013 года продовольственных товаров населению было продано на Br67,2 трлн (на 6,8% больше, чем 2012 г), непродовольственных – на Br68,7 трлн (на 16,3% больше).

Для сравнения, в России товарооборот по сравнению с 2012 годом снизился на 5,5%, в Украине – на 16,6%. В среднем по странам СНГ товарооборот снизился на 6%.

Необходимо отметить, что увеличение розничного товарооборота в Беларуси обусловлено ростом продажи непродовольственных товаров. Потребительский рынок Республики Беларусь на протяжении последних лет характеризуется стабильностью, товарной насыщенностью. Население страны бесперебойно и в соответствии со спросом обеспечивается необходимыми продуктами питания и различными непродовольственными товарами.

Всеми регионами республики в январе–июле 2013 г. обеспечено выполнение прогнозных значений по темпам роста розничного товарооборота. В Брестской области он составил 112,2%, в Гомельской 107,6%, в Гродненской 109,3%. Наибольшие темпы роста розничного товарооборота, существенно превышающие среднереспубликанский уровень по сравнению с данными областями, по-прежнему сохраняются в Могилевской (116,2%), Минской (114,7%) и Витебской (113,8%) областях, что связано с близостью расположения областей к границе и повышению экспорта товара за рубеж, а также широким ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров различных ценовых категорий. В условиях повышения реальных денежных доходов населения положительной динамикой в январе–июле 2012 г. характеризуется розничный товарооборот общественного питания, темп роста которого составил 106,5% к уровню января–июля 2011 г [1, с. 628].

Особое место в региональных исследованиях занимает изучение проблем регионального потребительского рынка, состояние и тенденции развития которого в условиях формирования рыночных отношений являются важнейшими показателями уровня и качества жизни населения.

К основным показателям, характеризующим потребление в регионе, можно отнести: объем товарооборота, товарную структуру потребления, качество и цену товаров. При этом данные показатели подвержены значительным изменениям под воздействием внешнеэкономического фактора [3, с. 46].

Беларусь, находясь на пересечении европейских путей, обладает хорошими перспективами для развития экономических, политических и культурных связей с соседними государствами и другими регионами мира. Устойчивое развитие, в свою очередь, во многом определяется активным участием в этом процессе внутри– республиканских регионов. Учитывая то, что в состав Республики Беларусь входит шесть областей, пять из которых являются приграничными, региональные органы власти должны всемерно использовать имеющиеся территориальные преимущества.

Таким образом, повышение роли местных органов управления в регулировании потребительских рынков, расширение их полномочий будет оказывать положительное влияние и на развитие национального потребительского рынка.

Список использованных источников

1. Бондаренко, Н. Н. Статистика: показатели и методы анализа: справ. пособие/ Н. Н. Бондаренко, Н. С. Бузыгина, Л. И. Василевская [и др.]; Под ред. М. М. Новикова. – Мн.: Современная школа, 2005. – 628 с.
2. Господарец, О. И. Потребительский рынок Республики Беларусь: анализ тенденций, основные факторы, эконометрические модели / О. И. Господарец // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2009. – №4. – с. 46–62.
3. Тиханович, С. В. Подходы к регулированию потребительского рынка РБ / С. В. Тиханович // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2008. – №5. – с. 46–60.